

Sal Paz, Julio César

Comentario de lector: género discursivo estructurante de los "nuevos medios"

IV Coloquio Argentino de la IADA

1 al 3 de julio de 2009

*Sal Paz, J. (2009). Comentario de lector: género discursivo estructurante de los "nuevos medios". IV Coloquio Argentino de la IADA, 1 al 3 de julio de 2009, La Plata, Argentina. Diálogo y diálogos. EN: Actas del IV Coloquio Argentino de la IADA : Diálogo y diálogos. La Plata : Universidad Nacional de La Plata. En Memoria Académica. Disponible en:
http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.11152/ev.11152.pdf*

Información adicional en www.memoria.fahce.unlp.edu.ar



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

COMENTARIO DE LECTOR: GÉNERO DISCURSIVO ESTRUCTURANTE
DE LOS “NUEVOS MEDIOS”

Julio César Sal Paz

Instituto de Investigaciones Lingüísticas y Literarias Hispanoamericanas,
FFyL, Universidad Nacional de Tucumán - Conicet | Argentina
jsalpaz@gmail.com

Resumen

En esta ponencia nos abocaremos al estudio del comentario registrado por el lector en el espacio discursivo de la prensa digital, al que reconoceremos como género dialógico medular de esta nueva práctica periodística, puesto que organiza y resignifica otros géneros cuando se incrusta en su interior –foro de discusión y cibernoticia, principalmente. Para ello, en primer término, nos centraremos en la delimitación del sintagma “nuevos medios” –expresión que posibilita congregarse diferentes manifestaciones periodísticas surgidas en el marco de la cibercultura (diarios electrónicos, weblogs, redes sociales, entre otros)– y en la caracterización del “comentario de lector” en tanto género discursivo interactivo”. Luego, examinaremos su funcionamiento en el ámbito de una cibernoticia, extraída de La Gaceta.com, en la que intentaremos dar cuenta de algunas de las diferentes estrategias discursivas empleadas por los usuarios en sus intervenciones. Finalmente, reflexionaremos acerca de la importancia que reviste el estudio de los comentarios para la aprehensión de las representaciones sociales esgrimidas en el seno de una comunidad determinada de lectores. En este sentido, la geografía de esta comunidad discursiva actúa como marco sociocultural a partir del cual un colectivo de sujetos construye sentidos por medio de procesos de comunicación permanentes que implican conflictos y consenso entre sus miembros.

INTRODUCCIÓN

En esta ponencia nos abocaremos al estudio del comentario registrado por el lector en el espacio discursivo de la prensa digital, al que reconoceremos como género dialógico medular de esta nueva práctica periodística, puesto que organiza y resignifica otros géneros cuando se incrusta en su interior –foro de discusión y cibernoticia, principalmente. Para ello, en primer término, nos centraremos en la delimitación de la unidad terminológica “nuevos medios” –expresión que posibilita congregarse diferentes manifestaciones periodísticas surgidas en el marco de la cibercultura (diarios electrónicos, *weblogs*, redes sociales, entre otras)– y, posteriormente, en la caracterización del “comentario de lector” en tanto género discursivo interactivo. Finalmente, reflexionaremos acerca de la importancia que reviste el estudio de los comentarios para la aprehensión de las representaciones sociales esgrimidas en el seno de una comunidad determinada de lectores. En este sentido, la geografía de esta comunidad discursiva actúa como marco sociocultural a partir del cual un colectivo de sujetos construye sentidos por medio de procesos de comunicación permanentes que implican conflictos y consenso entre sus miembros.

NUEVOS MEDIOS:¹ CONCEPTUALIZACIÓN Y ASPECTOS DETERMINANTES

Internet ha propiciado, además de la incorporación de los medios tradicionales al ciberespacio, la aparición de otros nuevos con rasgos específicos. Así, el concepto “nuevos medios” se aplica a las distintas manifestaciones comunicativas, con mayor o menor grado de organización, que surgen en el entorno digital, desde la aparición de la *World Wide Web*.

El sociólogo francés Dominique Wolton (2000: 145) apunta la siguiente definición: “Por nuevos medios de comunicación entendemos, generalmente, aquellos salidos del acercamiento entre las tecnologías de la informática, de las telecomunicaciones y del audiovisual”.

Por su parte, Sabbah (1985: 219, apud Castells, 1997: 412) señala que se diferencian de los tradicionales porque pierden el atributo de “medios de masas”:

Los nuevos medios de comunicación determinan una audiencia segmentada y diferenciada que, aunque masiva en cuanto a su número, ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe [...] ya no son medios de comunicación de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia de masas homogénea. Debido a la multiplicidad de mensajes y fuentes, la propia audiencia se ha vuelto más selectiva [...] tiende a elegir sus mensajes, por lo que profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor.

Es decir, las posibilidades técnicas de las TICs asientan el giro de la comunicación de masas a una segmentada y personalizada, en la que se experimenta un cambio radical en las relaciones entre enunciador y enunciatario. Esto es, el receptor abandona su rol pasivo y se convierte en un sujeto interactivo, con capacidad de elección y participación en el nuevo entorno.

La locución “nuevo”, entonces, se esgrime para describir formas comunicativas emergentes. Alonso y Martínez (2003: 271) delimitan el alcance de la expresión a partir de la identificación de sus características esenciales, que pueden condensarse en los siguientes enunciados. Los “nuevos medios” son siempre:

- **Digitales**, por cuanto utilizan la tecnología de unos y ceros para la difusión de sus mensajes.
- **Interactivos**, porque permiten la relación y la participación del usuario con el medio, con los emisores y con otros cibernautas.
- **Personalizados**, puesto que las herramientas de interacción ofrecen, también, la posibilidad de seleccionar contenidos, en virtud de intereses y motivaciones particulares.
- **Multimedia**, ya que poseen capacidades técnicas para combinar palabra, sonido e imagen.
- **Instantáneos**, gracias a la viabilidad de la actualización constante.

¹ Empleamos esta denominación porque es de uso acostumbrado en la bibliografía crítica. No obstante, preferimos la noción de “medios interactivos” puesto que, a nuestro juicio, da cuenta de la esencia de su funcionamiento.

- **Hipertextuales**, por cuanto actúan como gigantescos reservorios de archivos de documentación.
- **Universales**, porque gozan de perspectivas de distribución mundial.
- **Innovadores**, puesto que emplean, para la presentación y tratamiento de la información, géneros, formatos textuales y estrategias discursivas basados en la originalidad.

No obstante, debemos manifestar que este repertorio de rasgos constituye, en realidad, un conjunto de “potencialidades” de estos fenómenos comunicativos, ya que sólo algunos han explotado, hasta el momento, todas estas características.

Nuevos medios: taxonomías

A partir de la propuesta de Igarza (2008: 176-177), podemos clasificar los nuevos medios desde una perspectiva que contemple la finalidad y funcionalidad que asumen en el contexto del ciberespacio. Así, identificaremos cuatro tipos:

1. **Medios de comunicación tradicionales en línea:** son la presentación digital e interactiva de los medios masivos, como las cabeceras de los periódicos impresos en internet, la opción idtv (*interactive digital television*) de un programa televisivo o la modalidad *podcasting*² de un producto radiofónico. Esta categoría incluye, además, a los medios que tuvieron una trayectoria *off line* pero que, por diferentes razones, renunciaron al papel para mantenerse sólo en el universo de los bit. Ejemplos: *Infobae* representa un caso paradigmático de este segundo grupo.
2. **Medios de comunicación nativos:** no tienen como antecedente a algún medio tradicional puesto que fueron concebidos como nuevos medios. Sus contenidos son elaborados, exclusivamente, para ser difundidos de modo interactivo y en línea. Ofrecen productos para competir con los anteriores. Pueden ser desarrollados por profesionales, por no-profesionales o por ambos. Ejemplos: periódicos digitales sin correlato papel como *Quórum*, *TucumánHoy.com*.
3. **Medios sociales:** son plataformas que permiten establecer la comunicación virtual –permeable o cerrada– entre los miembros de una comunidad. Los usuarios explotan las potencialidades del soporte digital para intercambiar mensajes –instantáneos o diferidos– con otros cibernautas que poseen intereses similares, para crear –en forma cooperativa– y compartir contenidos en red, etc. Ejemplos: *Wikipedia*, *MySpace*, *Facebook*, *YouTube*, *Second Life*, *Flickr*, *Twitter*, etc. Pueden adoptar dos variantes:
 - 1.0. **De expresión:** facilitan la participación de los navegantes a través de comentarios. Funcionan sobre la base de un discurso central concebido, frecuentemente, de modo unipersonal, frente al que los internautas reaccionan dejando apreciaciones personales. Los comentaristas entablan, a través del

² Aplicación tecnológica que posibilita la creación de archivos de sonido (*podcasts*) –generalmente, en formato mp3– y de video –llamados *videocasts* o *vodcasts*– y su distribución mediante un sistema de sindicación que permite suscribirse y emplear un programa –que se descarga de internet– para que el usuario lo escuche o visualice en el momento que desee, usualmente, en un reproductor portátil (Adaptado de *Wikipedia*).

medio, un diálogo con el autor/editor del texto y con los demás usuarios. Ejemplos: *weblogs*.

- 2.0. **Horizontales:** son espacios para gestionar la comunicación entre individuos que conforman una comunidad de interés. Ejemplos: *wikis*.
4. **Medios agregadores:** Se dividen en:
 - 1.1. **Redifusores de contenidos sindicados:** propagan, parcialmente, el contenido elaborado por uno o más medios de comunicación digital. Ejemplos: RSS.³
 - 2.0. **Conectores:** relacionan al lector, directamente, con la información del medio electrónico.

Desde un punto de vista similar, Alonso y Martínez (2003: 273-274) distinguen:

- **Medios informativos o noticiosos:** son aquellos que se incorporan o nacen en la red con el objetivo de producir y ofrecer a sus usuarios información de actualidad. Ejemplos: periódicos digitales.
- **Medios comunicativos o relacionales:** tienen como finalidad primordial “crear comunidad”, es decir, posibilitar relaciones con y entre sus usuarios. Ejemplos: comunidades virtuales, redes ciudadanas.
- **Medios de servicios:** asumen como responsabilidad central facilitar al cibernauta asistencia, gestión y entretenimiento para la satisfacción de sus necesidades. Ejemplos: portales.⁴
- **Medios de infomediación o intermediación:** tienen como propósito auxiliar al navegante en la tarea de búsqueda de contenidos en la red. Ejemplos: buscadores⁵ y directorios.⁶

GÉNEROS DISCURSIVOS: SISTEMAS DE ORGANIZACIÓN DEL COMPORTAMIENTO COMUNICATIVO

Definición y perspectiva histórica

Denominamos “géneros” a formas de discurso estereotipadas, es decir, que se han fijado por el uso y se repiten con relativa estabilidad en las mismas situaciones comunicativas.

³ Familia de formatos de fuentes web, codificados en lenguaje XML –sigla en inglés de *Extensible Markup Language* (lenguaje de marcas extensible)–, que emplean los *weblogs* y sitios de noticias para suministrar y redistribuir contenidos actualizados con asiduidad, entre sus suscriptores, a través de un *software* diseñado para leerlos sin necesidad de recurrir a un navegador. El acrónimo se usa para los siguientes estándares: *Rich Site Summary* (RSS 0.91) *RDF Site Summary* (RSS 0.9 and 1.0) *Really Simple Syndication* (RSS 2.0). Los programas que leen fuentes RSS de diferentes procedencias se denominan agregadores, lectores de *feeds* –literalmente, alimento–, o canales (Adaptado de *Wikipedia*).

⁴ 7. m. Inform. Espacio de una red informática que ofrece, de forma sencilla e integrada, acceso a recursos y servicios. (DRAE, avance de la vigésima tercera edición)// Punto de entrada a la *web* que ofrece determinados servicios para operar en Internet (Lamarca Lapuente, 2006).

⁵ 3. m. Inform. Programa que permite acceder a información en Internet sobre un tema determinado (DRAE, avance de la vigésima tercera edición).

⁶ (Del lat. *directorius*). 6. m. Inform. Conjunto de ficheros agrupados lógicamente bajo una denominación única y almacenados en el disco duro de una computadora (DRAE, avance de la vigésima tercera edición).

Por ello, son reconocibles y compartidas por los hablantes, quienes las identifican sobre todo por su formato externo y por el contexto en que suelen producirse. Cada género, entonces, responde a la imperiosa necesidad de concretar de manera satisfactoria una intención comunicativa determinada.

Los textos que pertenecen a un mismo género discursivo se han desarrollado históricamente en una comunidad de hablantes, dentro de un ámbito social y profesional, y comparten un mismo modo de organizar la información e idéntico repertorio de recursos lingüísticos –registro, fraseología, etc.

La noción de género se remonta a la antigüedad clásica. La retórica griega establecía, como respuesta a las necesidades de administrar la vida de la ciudad y los conflictos comerciales, tres grandes géneros discursivos: el judicial, el deliberativo y el epidíctico o demostrativo.

En este sentido, Marafioti (2003: 32) revela que los tipos de reuniones y las modalidades de la palabra pública fueron responsables de su conformación: el tribunal –o el jurado– se reúne para juzgar las infracciones a las leyes que han sido dictadas –género judicial–, el ámbito deliberativo es el sitio donde se toman decisiones en torno del porvenir –género deliberativo– y los encuentros conmemorativos sirven para compartir valores comunes –género demostrativo o epidíctico–.

A continuación, presentamos un esquema extraído de Marafioti (1997: 20) en el que pueden apreciarse las diferencias entre uno y otro género.

GÉNEROS	AUDITORIO	FINALIDAD	OBJETO	TIEMPO	RAZONAMIENTO	LUGARES COMUNES
Deliberativo	miembros de una asamblea	aconsejar/ desaconsejar	útil/ perjudicial	futuro	exempla	posible/ imposible
Judicial	jueces	acusar/ defender	justo/injusto	pasado	entinelas	real/ no real
Demostrativo	público	elogiar/ reprobar	hermoso/feo	presente	comparación amplificatoria	más/ menos

Luego, en el marco de la tradición literaria se han elaborado taxonomías para clasificar los textos literarios, atendiendo a criterios diversos: según la composición, la forma y el contenido –se distingue entre poesía, teatro, novela y ensayo–; según el modo de concebir la representación de la realidad –hablamos de textos románticos, realistas, naturalistas, surrealistas, etc.–; o según la organización enunciativa –calificamos los discursos como fantásticos, autobiográficos, históricos, etc.

Distanciándose de esta tradición literaria, Mijaíl Bajtín, en los años cincuenta, plantea de forma novedosa el estudio de los géneros discursivos en relación con las esferas de la actividad social de cada comunidad de hablantes. Según su perspectiva, la riqueza y diversidad de los géneros es inmensa, porque las posibilidades de la acción humana son inagotables y en cada espacio de uso –comercial, científico, familiar, etc.– existe un amplio repertorio de ellos que se diferencia y crece a medida que se desenvuelve y se torna más compleja cada situación de comunicación. Así, postula cuatro factores determinantes para la existencia de un género: tema, registro (estilo funcional), estructura

interna (composición) y relativa estabilidad de todo ello (Calsamiglia y Tusón, [1999] 2002: 257). En consecuencia, el mérito de haber redefinido este concepto con el sentido que lo utilizamos hoy, desde un enfoque comunicacional, corresponde al crítico y pensador ruso, Bajtín (2008 [1982]: 248):

Las diversas esferas de la actividad humana están todas relacionadas con el uso de la lengua. Por eso está claro que el carácter y las formas de su uso son tan multiformes como las esferas de la actividad humana [...] El uso de la lengua se lleva a cabo en forma de enunciados (orales y escritos) concretos y singulares que pertenecen a los participantes de una u otra esfera de la praxis humana. Estos enunciados reflejan las condiciones específicas y el objeto de cada una de las esferas no sólo por su contenido (temático) y por su estilo verbal, o sea, por la selección de los recursos léxicos, fraseológicos y gramaticales de la lengua, sino, ante todo, por su composición o estructuración. Estos tres aspectos –el contenido temático, el estilo y la composición– están vinculados indisolublemente en la totalidad del enunciado y se determinan, de modo semejante, por la especificidad de una esfera dada de comunicación. Cada enunciado separado es, por supuesto, individual, pero cada esfera del uso lingüístico elabora sus tipos relativamente estables de enunciados, a los que denominamos géneros discursivos.

Por su parte, Dominique Maingueneau ([1996] 2003: 54-55), en su ya clásico *Términos claves del análisis del discurso*, establece que son

[...] dispositivos de comunicación sociohistóricamente definidos [...] actividades más o menos rituales que no pueden desarrollarse legítimamente y ser ‘exitosas’ más que si se adecuan a las reglas que las constituyen [...] estatus respectivo de los enunciadores y coenunciadores; circunstancias temporales y locales de la enunciación; soporte y modos de difusión; temas que pueden introducirse; longitud, modos de organización, etc.

Posteriormente, Swales (1990) y Adam (1999) han observado el carácter cultural e histórico de los géneros: por un lado, en cada sociedad los aspectos discursivos y lingüísticos de alguno de ellos pueden variar –la entrevista televisiva, por ejemplo–; por el otro, los géneros evolucionan y se desarrollan para responder a los cambios sociales –chat, foro de discusión, etc.

Finalmente, Adam (1999: 92-93) señala que los géneros son:

Categorías práctica –empíricas indispensables, tanto para la producción como para la recepción– interpretación; categorías reguladoras de los enunciados en discursos y de las prácticas sociodiscursiva de los sujetos –desde los lugares que ocupan, hasta los textos que producen–; categorías prototípico-estereotípicas, es decir, definibles por tendencias [...], por conjunto de regularidades y dominantes, mas bien que por criterios muy estrictos.

Géneros discursivos, clases textuales y tipos de texto: algunas precisiones

En cuanto a los criterios que se han empleado en la lingüística del texto y en el análisis del discurso para clasificar los géneros, podemos decir que varían según el punto de vista teórico adoptado. Así, una distinción establecida en el ámbito de la lingüística textual es la que diferencia entre géneros discursivos –llamados, también, clases textuales en la corriente germánica– y tipos de texto. Estos últimos son formas textuales definidas por sus características internas –estructurales y gramaticales–, resultado de una concep-

tualización que persigue clasificarlos en un sistema tipológico cerrado. En cambio, los primeros se concretan pragmáticamente según parámetros externos, contextuales –propósito comunicativo, papel y estatus de emisor y receptor, modo de interacción– y, a diferencia de los tipos de texto, no constituyen un repertorio cerrado de formas, sino que son permeables a los cambios sociales y culturales, como ya señalamos.

En este sentido, Patrick Charaudeau y Dominique Maingueneau (2005: 288) expresan:

La diversidad de puntos de vistas evidencia la complejidad de la cuestión de los géneros, incluyendo las denominaciones, ya que algunos hablan de ‘géneros de discurso’, otros de ‘géneros de texto’, otros de ‘tipos de textos’: J. M. Adam opone ‘géneros’ y ‘tipos de textos’ (1999); J. P. Bronckart opone ‘géneros de textos’ y ‘tipos de discursos’ (1996); D. Maingueneau distingue, en relaciones de encastre, ‘tipo de texto’, ‘hipergénero’ y ‘género de discurso’ (1998); P. Charaudeau distingue ‘géneros y subgéneros situacionales’ y, en el interior de éstos, variantes de géneros de discurso. (2001)

Al respecto, Dominique Maingueneau (1991: 213) acude a Adam para diferenciar los conceptos de tipo y de género⁷ que provocan desconcierto:

Tipo de discurso es la categorización elemental e inestable, pero inevitable, que permite distinguir por ejemplo el discurso periodístico, el discurso publicitario o el discurso literario. Esta categoría define para una época y una sociedad dadas un cierto número de sectores de la actividad discursiva [...] Los géneros de discurso especifican estos tipos de discurso. No es del discurso político o religioso en general que se ocupa el destinatario, sino de los textos que dependen de géneros particulares, históricamente definidos, relacionados a lugares de enunciación determinados. La delimitación de estos géneros hace intervenir una gran diversidad de parámetros: entre el folleto turístico, el manual de física, la receta de cocina y el telediario se puede poner en evidencia semejanzas y diferencias en ejes de oposición múltiples.

Por último, en la misma línea crítica, Castellá Lidon (1996: 24-25, apud Tissera, 2003) intenta contribuir al esclarecimiento de esta cuestión cuando enuncia:

[...] los tipos de textos son formas discursivas estereotipadas, definidas por sus características lingüísticas internas. Se reconocen por su estructura informativa y por los rasgos gramaticales que los configuran. Constituyen una lista cerrada y tienen un carácter abstracto. Su conocimiento por parte de los hablantes es, generalmente, intuitivo –descripción, narración, argumentación, etc. Por su parte, los géneros son formas discursivas estereotipadas, definidas por sus características externas, sociales y culturales, que tienen otras características internas, de tipo lingüístico. La sociedad es la que establece estos géneros y son reconocidos por los hablantes gracias a su forma externa y a las situaciones en las que se originan. Estas formas son dinámicas, si las comparamos con las formas lingüísticas.

Géneros discursivos: características, niveles estructurales y funciones

Respecto a las características constitutivas de los géneros, Swales y otros (1990, apud Cassany, 2006: 24-26) han advertido una serie de regularidades relevantes, que podemos sintetizar de la siguiente manera:

⁷ Para Maingueneau la noción de género discursivo no es algo fácil de manejar ya que un enunciado posee un estatus complejo. No es una categoría intemporal sino una realidad histórica, inseparable de la sociedad en la que surge (1991: 178).

1. Son formas retóricas dinámicas que estabilizan la experiencia y dan coherencia y significado a la acción de autores y lectores.
2. Están situados en un lugar geográfico, en un ámbito cultural y en un contexto circunstancial.
3. Desarrollan un propósito específico en el marco de una comunidad.
4. Están organizados en forma y contenido –regulan qué se puede decir, en qué orden y de qué modo.
5. Delimitan comunidades discursivas con normas, conocimientos y prácticas sociales.
6. Construyen y reproducen estructuras sociales, estatus e identidades.

Por su parte, Calsamiglia y Tusón (2002 [1999]: 261-262), siguiendo a Günthner y Knoblauch (2005), proponen concebir a los géneros como “patrones comunicativos complejos de elementos que pueden situarse en tres niveles estructurales diferentes”:

1. **Nivel de la estructura interna:** tiene que ver con rasgos verbales y no verbales como los siguientes: elementos léxico-semánticos, morfosintaxis, recursos fonológicos, código o variedad seleccionada, registro, figuras retóricas y estilísticas, superestructura, rasgos de contenido –temas, personajes, acciones, escenarios prototípicos–, marco –formato de producción y recepción–, medio o soporte.
2. **Nivel situativo:** se relaciona con el contexto interactivo: fenómenos rituales, organización interactiva, marco de participación, rasgos no lingüísticos de la situación social.
3. **Nivel de la estructura externa:** se refiere a los siguientes aspectos: ámbitos comunicativos –situaciones de comunicación–, selección de las categorías sociales de los actores –sexo, edad, estatus, etc.–, distribución institucional de los géneros –adecuación según los ámbitos sociales–.

Finalmente, Daniel Cassany (2006: 26-27), a partir de los postulados teóricos de Gunnarsson (1997) concreta las funciones básicas atribuibles a todo género, las que, a nuestro parecer, resultan ampliamente operativas:

1. **Función cognitiva,** en tanto favorecen la fundamentación y formalización del conocimiento de una disciplina.
2. **Función interpersonal,** puesto que asisten la construcción de la identidad del autor (imagen o *face*) como miembro de una comunidad discursiva determinada.
3. **Función sociopolítica,** ya que contribuyen con la constitución del estatus de cada individuo en su comunidad.

A continuación, luego de haber esbozado sucintamente la problemática referida al concepto de género discursivo, estamos en condiciones de exponer nuestras apreciaciones respecto a la consideración del “comentario de lector” como un género constituyente de otros géneros de la prensa digital.

Comentario de lector: algunas observaciones personales

El periodismo 3.0 es una gran conversación.
Gillmor (en Bowman y Willis, 2003)

El comentario de lector o *post*⁸ es un género de discurso dialógico –en el sentido de que los roles de emisor y de receptor resultan perfectamente intercambiables y de que remite a discursos previos–, producido en el ámbito de los medios interactivos. Es decir, es enunciado en un escenario espacio temporal definido y limitado, donde el canal de transmisión es la escritura aunque, como demostramos en diferentes trabajos desarrollados anteriormente (Sal Paz, 2007a, 2007b), sus rasgos lo vinculan a la situación de oralidad.

Los interlocutores implicados en su transmisión entablan un tipo de relación simétrica. No es un discurso anónimo, debido a que detrás del *nick* o seudónimo virtual, se esconde un autor empírico que se responsabiliza de su enunciación, desde el momento en que ingresa a la comunidad de usuarios del periódico,⁹ en calidad de cibernauta registrado.

Es un género breve, dinámico y conversacional, ya que su estructura responde a la de un turno de habla o intervención espontánea e informal, cuya recepción es mediata, puesto que el destinatario está ausente durante su producción. Este atributo no debe llevarnos a inferir la absoluta libertad de expresión, pues está condicionado a la aprobación de un moderador.

Posee tres macrosecuencias funcionales: una introducción, un cuerpo principal del mensaje y un cierre. Dentro del cuerpo, pueden identificarse los siguientes elementos característicos:

- Sujeción a un mensaje anterior –comentario o discurso (una nota periodística o una cibernoticia, por ej.).
- Exposición de un punto de vista.
- Apelación a otros comentaristas.

El cibernauta enunciadador debe ostentar un dominio elemental del tópico del discurso para impedir que su contribución viole la máxima de relevancia. Cuando esto no ocurre, la comunidad de usuarios del periódico se encarga de sancionar esta transgresión.

⁸ Vocablo procedente del idioma inglés que, en el contexto de los foros o *weblogs* de Internet, es traducido al español como mensaje. (Adaptado de *Wikipedia*).

⁹ En este sentido, coincidimos con Cintia Weckesser (2008: 74, en Cohen, 2008) cuando apunta que el concepto de comunidad es construido desde diferentes disciplinas de las ciencias sociales [...] que no necesariamente se sustentan en los mismos principios ontológicos y epistemológicos. Podemos definirla, siguiendo a la misma investigadora como marco socio-cultural a partir del cual se construyen sentidos por medio de procesos de comunicación permanentes que implican conflictos y consenso. Una comunidad es, entonces, un colectivo de sujetos que comparte ciertas construcciones de sentido sobre algún aspecto del mundo, sean del orden del `ser` o del `deber ser`. Puede pensarse, en consecuencia, como un motor productivo de representaciones sociales que se ponen en acto al constituirse como orientadora de las prácticas de los sujetos que la conforman.

Estos aspectos, junto con algunas otras convenciones como el título –sólo presente en el de un foro– y la ausencia de saludo de despedida, constituyen las marcas definitorias que nos permiten pensarlo como un nuevo género discursivo.

Por último, resta aclarar que como situación discursiva particular, viabiliza la concreción de otras formas genéricas (foros, *weblogs*, cibernoticias).

CONCLUSIONES

Internet, a través de las innovaciones técnicas y conceptuales que aglutina, estimuló el surgimiento de un nuevo periodismo a escala mundial, cimentado, principalmente, en:

1. El fin de los límites temporales y espaciales de los productos informativos, que posibilita actualizaciones permanentes.
2. El desvanecimiento de los clásicos formatos mediáticos y el origen de la narrativa hipertextual multimedia que exige al lector un reajuste de sus competencias comunicativas (lectoras y escriturarias).
3. La participación activa de la audiencia en la interpretación y producción del discurso periodístico, a través de la personalización del mensaje, de los foros de discusión y de los nuevos espacios abiertos para la expresión de opinión, tales como los *weblogs* de lectores que, en ciertas ocasiones, funcionan como contradiscursos.

En este sentido, empleamos, en nuestra investigación, el concepto “nuevos medios” o “medios interactivos” para congrega las diferentes manifestaciones periodísticas surgidas en el marco de la cibercultura: diarios digitales, portales, buscadores, directorios, *weblogs*, comunidades virtuales y redes ciudadanas.

La aparición de nuevos géneros específicos en el ciberperiodismo deriva del sistema de relaciones que se establecen entre los interlocutores del circuito comunicativo, a través de este nuevo canal: internauta-información; periodista-lector; usuario-periodista; usuario-usuario/s.

Así, hemos intentado caracterizar los comentarios de lectores como un género discursivo del ciberespacio. El relevamiento realizado nos permitió detectar que éstos actúan como espacios discursivos eminentemente polifónicos, donde circulan, simultáneamente, la voz del adversario que se pretende refutar, las distintas voces procedentes del discurso social y la del yo enunciatador, que es el responsable de cohesionarlas, orientado por su intención persuasiva.

En síntesis, los comentarios de lector, en tanto géneros discursivos estructurantes de los nuevos medios, se erigen como ámbitos de opinión de gran riqueza para estudios pragmáticos y discursivos, puesto que el conjunto de interacciones que los constituyen esconden representaciones sociales propias de una época y comunidad determinadas.

BIBLIOGRAFÍA

- ADAM, J. M. (1999). *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*. París: Nathan Université.
- ALONSO, J. y L. MARTÍNEZ (2003). “Medios interactivos: caracterización y contenidos”, en J. DÍAZ NOCI y R. SALVERRÍA ALIAGA (coord.) *Manual de redacción ciberperiodística*, pp. 261-305. Barcelona: Ariel.
- BAJTÍN, M. ([1982] 2008). *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- BOWMAN, S. y C. WILLIS (2003). “Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información”, *The Media Center at the American Press Institute*. Trad. G. Franco. Disponible en http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf
- CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H. y A. TUSÓN VALLS, ([1999] 2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- CASSANY, D. (2006). *Taller de textos. Leer, escribir y comentar en el aula*. Barcelona: Paidós.
- Castells, M. (1997). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza.
- COHEN DE CHERVONAGURA, E. (comp.) (2008). *Comunidades lingüísticas*, vol. II. *Confines y trayectorias*. San Miguel de Tucumán, Universidad Nacional de Tucumán.
- IGARZA, R. (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.
- LAMARCA LAPUENTE, M. J. (2006). “Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen”. Tesis doctoral. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Disponible en www.hipertexto.info/documentos/indice.htm
- MAINGUENEAU, D. (1991). *L'analyse du discours*. París: Hachette.
- MAINGUENEAU, D. ([1996] 2003). *Términos clave del análisis del discurso*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- MAINGUENEAU, D. y P. CHARAUDEAU (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires: Amorrortu.
- MARAFIOTI, R. (comp.) (1997). *Temas de argumentación*. Buenos Aires: Biblos.
- MARAFIOTI, R. (2003). *Los Patrones de la argumentación. La argumentación en los clásicos y en el siglo XX*. Buenos Aires: Biblos.
- RAE (2001): *Diccionario de la Lengua Española, vigésimo segunda edición*. Disponible en <http://buscon.rae.es/draeI/>
- RAE (2005): *Diccionario Panhispánico de Dudas*, 1º ed. Disponible en <http://buscon.rae.es/dpdI/>
- SAL PAZ, J. C. (2007a). “Rasgos de oralidad en los foros de discusión de la prensa digital: el caso de La Gaceta On Line”, en L. GRANATO y M. L. MÓCCERO (comp.): *Actas del III Coloquio Argentino de la IADA (International Association for Dialogue Analysis) “Diálogo y Contexto”*, pp. 555-570, en CD. La Plata, Universidad Nacional de La Plata.
- SAL PAZ, J. C. (2007b). “Foros de discusión de la prensa digital tucumana: consideraciones sociodiscursivas”, en E. RIGATUSO (comp.) *Actas del Primer Congreso Internacional de Sociolingüística y Lingüística Histórica*. Bahía Blanca, Centro de Estudios Lingüísticos “Dra. María Beatriz Fontanella de Weinberg”, Universidad Nacional del Sur. [En prensa].
- TISSERA, A. (2003). “Géneros y tipos textuales”, en M. PARRA (ed.) *El texto: desde el campo disciplinar al ámbito del aula*. Salta: Universidad Nacional de Salta.
- WIKIPEDIA, la enciclopedia libre. Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>
- WOLTON, D. (2000a). *Internet ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa.